

Mit dem eigenen Kochbuch nebenbei Geld verdienen

Von der marktfähigen Buchidee über
Rezeptentwicklung mit KI-Unterstützung
und professionelles Design bis zur
Veröffentlichung und Vermarktung

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	6
Wie aus einer Kochbuch-Idee ein digitales Produkt wird.....	7
TEIL 1: Ihr Kochbuch als Nebeneinkommen.....	10
Warum Kochbücher als digitales Produkt besonders interessant sind.....	10
E-Book, PDF oder gedrucktes Buch: Die Unterschiede verstehen	12
Mögliche Einnahmequellen	14
Was Sie wirklich brauchen, um zu starten	16
Zeitaufwand, Kosten und realistische Erwartungen	17
Warum ein starkes Thema wichtiger ist als eine möglichst große Anzahl an Rezepten	19
TEIL 2: Eine Kochbuch-Idee finden, die Marktpotenzial hat	20
Was ein Kochbuch verkäuflich macht	20
Ein konkretes Problem für eine konkrete Zielgruppe lösen.....	22
Die fünf wichtigsten Arten von Kochbüchern	23
Wie Sie Ernährungstrends sinnvoll nutzen.....	25
Den Unterschied zwischen saisonalen und Evergreen-Themen verstehen	27
Wie Sie ein zu breites Thema gezielt eingrenzen	28
Eigene Erfahrungen und Interessen sinnvoll einbringen.....	29
Ideen bewerten, bevor Sie mit dem Schreiben beginnen	30
TEIL 3: Zielgruppe und Markt recherchieren	33
Bedürfnisse, Wünsche und Herausforderungen erkennen	34
20-Minuten-Analyse der Käufersprache	35
Ein einfaches Zielgruppenprofil erstellen	35
Vergleichbare Kochbücher analysieren	37
Kundenrezensionen als Informationsquelle nutzen	39
Trends auf Amazon, Etsy und Pinterest entdecken.....	40
Nachfrage und Wettbewerb richtig einschätzen	42
Ein 20-Minuten-Check auf Amazon	43
Was Sie dokumentieren sollten	44
Eine geeignete Marktlücke finden.....	45
Aus Erkenntnissen konkrete Produktentscheidungen machen.....	45

Testen Sie die Marktlücke, bevor Sie das ganze Buch neu ausrichten	46
Ihr Kochbuch klar von anderen Angeboten abgrenzen	46
TEIL 4: Ihr Kochbuch planen	50
Zweck und Nutzen Ihres Buches definieren	50
Titel, Untertitel und Buchversprechen entwickeln.....	51
TITEL-CHECK VOR DER FESTLEGUNG	53
Die richtige Anzahl an Rezepten wählen	54
Ein übersichtliches Inhaltsverzeichnis erstellen	56
Zusätzliche Leitkapitel sinnvoll planen	57
Bonusmaterialien sinnvoll auswählen	58
Einen realistischen Zeitplan erstellen	59
Den Prozess Schritt für Schritt organisieren	60
STATUSLEGENDE	62
SEITENPROTOTYPEN – VOR DER GESAMTPRODUKTION PRÜFEN	62
VOR DER GESAMTPRODUKTION PRÜFEN	62
PRODUKTIONSPLAN FESTLEGEN	62
NOTIZEN.....	62
TEIL 5: Rezepte entwickeln und schreiben	64
Was ein gutes Rezept ausmacht.....	64
Eine einheitliche Rezeptstruktur verwenden	65
Leicht verständliche Zubereitungsschritte schreiben.....	73
Sinnvolle Tipps und Hinweise ergänzen	74
Zutaten ersetzen und Variationen sinnvoll anbieten.....	74
Wiederholungen und zu ähnliche Rezepte vermeiden.....	77
Rezepte in der Praxis testen und überprüfen	78
TEIL 6: KI als unterstützendes Werkzeug.....	81
Wirksame Prompts für Rezeptideen schreiben	83
KI für gut strukturierte Rezeptentwürfe nutzen.....	84
Einleitungen, Küchentipps und Begleittexte schreiben.....	85
Fehler, erfundene Informationen und ungeeignete Kombinationen erkennen.....	89
KI-generierte Texte überarbeiten und persönlicher machen	90
TEIL 7: Bilder für Ihr Kochbuch erstellen	93

Wann ein Kochbuch Bilder braucht	93
Einheitliche Farben und einen konsistenten visuellen Stil festlegen	97
TEIL 8: Ihr Kochbuch professionell gestalten.....	101
Die passende Layout-Software auswählen	103
Titel- und Kapitelseiten gestalten.....	106
Drei mögliche Layouts für Rezeptseiten	107
Bilder richtig platzieren.....	109
TEIL 9: Titel und Cover entwickeln.....	113
Einen klaren und verständlichen Haupttitel finden	114
Einen überzeugenden Untertitel formulieren	114
Die wichtigsten Elemente eines Kochbuchcovers.....	116
Printcover richtig vorbereiten.....	116
Mehrere Cover-Varianten sinnvoll vergleichen.....	120
TEIL 10: Dateien vorbereiten und veröffentlichen	122
Ihr Kochbuch Schritt für Schritt hochladen	132
Ein Probeexemplar prüfen	133
Fehler nach der Veröffentlichung korrigieren	134
TEIL 11: Ihr Kochbuch verkaufen	135
Digitale Kochbücher über den eigenen Onlineshop verkaufen	137
Eine einfache Verkaufsseite aufbauen	141
TEIL 12: Sichtbarkeit aufbauen und Ihr Kochbuch vermarkten.....	145
Rezeptvorschauen als Werbeinhalte nutzen.....	148
Schrittweise eine E-Mail-Liste aufbauen	150
Rezensionen und Feedback erhalten.....	150
Marketing mit begrenzter Zeit organisieren.....	152
TEIL 13: Aus einem Kochbuch ein kleines Produktsystem entwickeln	154
Mehrere Dateiformate anbieten	156
Bonusprodukte und ergänzende Materialien entwickeln	159
Ihr Kochbuch aktualisieren und verbessern.....	160
Weitere Bücher für dieselbe Zielgruppe entwickeln	161
Buchreihen und zusammengehörige Produktkollektionen entwickeln	162
Einnahmen und Ausgaben erfassen	163

Realistische Ziele für die kommenden Monate setzen.....	164
TEIL 14: 30-Tage-Aktionsplan: Von der Idee zum validierten Produktionsplan	166
Woche 1: Thema und Zielgruppe definieren	166
Woche 2: Inhalte und Rezepte entwickeln.....	167
Woche 3: Bilder, Layout und Cover erstellen	167
Woche 4: Produktionsplan finalisieren und die vollständige Produktion vorbereiten	168
Was nach den ersten 30 Tagen folgt.....	170
BONUSMATERIALIEN.....	171
Checkliste: Mein erstes Kochbuch	171
20 potenziell profitable Kochbuchthemen	171
Vorlage: Zielgruppenprofil.....	174
Vorlage: Wettbewerbsanalyse.....	176
KI-Prompts für Rezeptideen	176
KI-Prompts für Rezeptvariationen und ergänzende Texte	177
KI-Prompts für Food-Bilder	177
Vorlage für eine einheitliche Rezeptstruktur	178
Vorlage für die Produktbeschreibung.....	180
Vorlage für eine einfache Verkaufsseite	181
Verkaufspreis-Kalkulator	183
Checkliste für Dateien und Qualitätskontrolle	185
Für die Phase nach der Veröffentlichung.....	186
TAG 1–15 GRUNDLAGEN + SICHTBARKEIT	186
TAG 16–30 OPTIMIEREN + ZWEITE WELLE	187
Abschließende Gedanken	190

Vorwort

Ein Kochbuch kann mit etwas ganz Alltäglichem beginnen: einem Ordner voller Familienrezepte, einem Meal-Prep-System, das endlich wirklich funktioniert, einer Sammlung geliebter Airfryer-Rezepte oder einem Notizbuch voller Gerichte, um deren Zubereitung man immer wieder gebeten wird. Das wirtschaftliche Potenzial entsteht in dem Moment, in dem aus dieser Sammlung mehr wird als nur eine Ansammlung von Rezepten. Sie wird zu einem Produkt – mit einer klar definierten Zielgruppe, einem konkreten Nutzenversprechen, einer professionellen Gestaltung und einem durchdachten Weg, genau die Menschen zu erreichen, für die es gedacht ist.

Ein erfolgreiches Kochbuch als zusätzliche Einnahmequelle ist nicht einfach eine große Rezeptsammlung, der am Ende noch schnell ein Cover hinzugefügt wird. Es ist ein bewusst entwickeltes Produkt. Das Thema muss genügend Nachfrage bieten, damit sich der Aufwand lohnt. Die Rezepte müssen eigenständig, verständlich und alltagstauglich sein. Die Gestaltung muss zum jeweiligen Format passen. Der Vertriebskanal sollte dort ansetzen, wo sich die potenziellen Käufer tatsächlich befinden. Und das Marketing muss den Nutzen des Buches schnell und klar vermitteln. Jede dieser Entscheidungen baut auf der vorherigen auf und beeinflusst die nächste.

Moderne Werkzeuge machen diesen Prozess heute deutlich zugänglicher als noch vor wenigen Jahren. Auch Einsteiger können mit Google Trends das Suchinteresse analysieren, mit Pinterest Trends visuelle Themen und Entwicklungen beobachten, direkt auf Amazon bestehende Bücher und Märkte untersuchen, Inhalte in Microsoft Word oder Google Docs planen und strukturieren und KI-Werkzeuge wie ChatGPT, Claude oder Gemini für Ideenfindung und strukturierte Unterstützung einsetzen. Seiten lassen sich mit Canva, Affinity Publisher oder Adobe InDesign gestalten, während Dienste wie Amazon KDP oder IngramSpark die Veröffentlichung ermöglichen.

Diese Werkzeuge erleichtern vieles – sie nehmen Ihnen jedoch nicht die Verantwortung ab. Rechercheergebnisse müssen weiterhin richtig eingeordnet werden. Rezepte müssen geprüft und getestet werden. Bilder brauchen eine sorgfältige Qualitätskontrolle. Urheber- und Nutzungsrechte müssen beachtet werden. Und am Ende braucht es immer einen Menschen, der entscheidet, ob ein Produkt tatsächlich gut genug ist, um verkauft zu werden.

Dieses Buch folgt deshalb durchgehend einem einfachen Grundsatz: **Entwickeln Sie zuerst ein Kochbuch, das wirklich nützlich ist – und denken Sie erst danach über seine Profitabilität nach.**

Wenn ein Buch ein konkretes Problem für eine klar erkennbare Zielgruppe löst, werden viele spätere Entscheidungen automatisch leichter. Der Titel wird präziser. Die Auswahl der Rezepte wird zielgerichteter. Das Cover erhält eine stärkere Botschaft. Keywords wirken weniger zufällig. Und Marketing bedeutet nicht mehr, möglichst laut auf sich

aufmerksam zu machen, sondern der richtigen Person zu zeigen: Dieses Produkt wurde für dich gemacht.

Im Verlauf dieses Buches werden wir immer wieder mit einem Beispielkonzept arbeiten:

15-Minuten-High-Protein-Mittagessen für vielbeschäftigte Berufstätige.

Anhand dieser Idee zeigen wir Schritt für Schritt, wie sich ein zunächst breites Thema eingrenzen, auf Nachfrage prüfen, sinnvoll strukturieren, professionell gestalten und schließlich vermarkten lässt. So wird sichtbar, wie viele einzelne Entscheidungen am Ende zu einem stimmigen, verkaufsfertigen Produkt zusammenfinden.

Wie aus einer Kochbuch-Idee ein digitales Produkt wird

Eine Rezeptsammlung wird dann zu einem Produkt, wenn sie einen klaren Zweck erfüllt, sich an eine definierte Zielgruppe richtet und in einem Format angeboten wird, das Menschen tatsächlich kaufen können. Dabei kann es sich um ein Kindle-eBook, eine herunterladbare PDF-Datei, ein Taschenbuch, ein Hardcover oder eine Kombination mehrerer Formate handeln.

Die Inhalte können in all diesen Varianten weitgehend identisch sein. Das Leseerlebnis, der Herstellungsprozess, die Preisgestaltung und die jeweiligen Vertriebswege unterscheiden sich jedoch zum Teil erheblich.

Stellen Sie sich vor, Sie verfügen über dreißig zuverlässige Rezepte für das Mittagessen. Für sich genommen sind diese zunächst einfach Inhalte. Doch sobald Sie die Rezepte rund um ein konkretes Problem organisieren, die Zubereitungsschritte sorgfältig testen, eine einheitliche Rezeptstruktur entwickeln, ein hilfreiches Inhaltsverzeichnis erstellen, Bilder oder Illustrationen in einem konsistenten Stil hinzufügen und das Ganze gezielt für eine bestimmte Käuferschaft aufbereiten, entsteht daraus die Grundlage eines echten Produkts.

Fügen Sie nun einen Titel hinzu, der den Nutzen auf den ersten Blick vermittelt, gestalten Sie ein Cover, das selbst als kleines Vorschaubild gut lesbar und ansprechend bleibt, bereiten Sie die Dateien technisch sauber auf und erstellen Sie eine Verkaufsseite, die verständlich erklärt, was Käufer erhalten – dann wird aus einer einfachen Rezeptsammlung ein Produkt, das tatsächlich vermarktet und verkauft werden kann.

Der Weg zum eigenen Kochbuch-Produkt



Schritt	Beschreibung
1	Beginnen Sie mit einem klar definierten Problem, einer konkreten Zielgruppe, einer bestimmten Methode, Küche oder einem übergeordneten Thema.
2	Prüfen Sie die Idee auf ihre Marktchancen, indem Sie nach konkreten Nachfragesignalen suchen und vergleichbare Produkte analysieren.
3	Planen Sie das zentrale Nutzenversprechen des Buches, die Rezeptkategorien, den Umfang, mögliche Bonusinhalte sowie einen realistischen Produktionszeitplan.
4	Entwickeln und testen Sie die Rezepte sorgfältig. Erstellen Sie anschließend passende Bilder und ergänzende Inhalte, die das Buch sinnvoll abrunden.
5	Gestalten Sie Innenteil und Cover professionell und abgestimmt auf das Format, in dem Sie Ihr Kochbuch verkaufen möchten.
6	Veröffentlichen und vermarkten Sie Ihr Buch, sammeln Sie Rückmeldungen und entwickeln Sie das Produkt auf dieser Grundlage kontinuierlich weiter.

Dieser Prozess ist ein Kreislauf und keine einmalige, geradlinige Abfolge. Neue Recherchen können dazu führen, dass Sie Ihr Thema noch einmal schärfen oder anpassen. Ebenso kann das Feedback erster Leserinnen und Leser wertvolle Hinweise liefern, um spätere Ausgaben gezielt zu verbessern.

Dasselbe Kochbuch lässt sich außerdem sinnvoll in unterschiedliche Formate übertragen. Eine PDF mit festem Seitenlayout kann beispielsweise druckbare

Checklisten und Arbeitsblätter enthalten. Eine Printausgabe lässt sich als praktisches Nachschlagewerk für die Küche oder als Geschenk positionieren. Ein responsives eBook kann dagegen den Schwerpunkt auf eine übersichtliche Navigation und eine gute Lesbarkeit auf verschiedenen Bildschirmgrößen legen. Auch ein zusätzlicher Wochenplan oder eine Einkaufsliste kann den praktischen Nutzen deutlich erhöhen, ohne dass dafür Dutzende weitere Rezepte entwickelt werden müssen.

Das entscheidende Wort dabei lautet: **durchdacht**. Mehrere Formate anzubieten bedeutet nicht, dieselbe Datei einfach dreimal zu exportieren und darauf zu hoffen, dass jede Version funktioniert. Amazon KDP akzeptiert derzeit unter anderem gängige Kindle-Manuskriptformate wie DOCX, EPUB und KPF; mit Kindle Create lassen sich zudem KPF- und EPUB-Dateien exportieren. Für Printausgaben gelten andere Anforderungen an Satz und Layout, während sich PDF-Dateien besonders dann eignen, wenn ein fest definiertes Seitendesign erhalten bleiben soll.

Das gewählte Format sollte in erster Linie den Bedürfnissen der Leserinnen und Leser dienen – und nicht lediglich dazu, die Anzahl der angebotenen Dateien zu erhöhen.

REALITÄTSCHECK

Ein digitales Produkt bedeutet nicht automatisch passives Einkommen

Sobald Dateien, Produktseiten und Abläufe einmal aufgebaut sind, lässt sich das Geschäftsmodell zwar leichter skalieren. Dennoch hängen Verkäufe weiterhin von Faktoren wie **Produktqualität, Positionierung, Sichtbarkeit, Preisgestaltung, Bewertungen und kontinuierlicher Präsenz** ab.

Betrachten Sie ein zusätzliches Einkommen deshalb als ein **unternehmerisches Ergebnis, das Schritt für Schritt aufgebaut werden muss** – und nicht als ein Versprechen, das allein mit dem Begriff „digital“ verbunden ist.

1

Ihr Kochbuch als zusätzliche Einnahmequelle

TEIL 1: Ihr Kochbuch als Nebeneinkommen

Bevor Sie Rezepte auswählen oder ein Cover gestalten, sollten Sie zunächst verstehen, **welches Produkt Sie eigentlich entwickeln** und wie ein realistisches Modell für ein zusätzliches Einkommen aussehen kann.

In diesem Teil geht es darum, die verlockende Vorstellung vom Verkauf eines Kochbuchs von den konkreten Entscheidungen zu trennen, die darüber bestimmen, ob aus einer guten Idee tatsächlich ein tragfähiges Produkt wird.

AM ENDE DIESES TEILS KÖNNEN SIE:

- das Format oder die passende Kombination aus mehreren Formaten für Ihr Produkt auswählen.
- verschiedene mögliche Einnahmequellen erkennen, ohne denselben Verkauf mehrfach einzurechnen.
- eine realistische Grundausstattung an Tools und Programmen zusammenstellen.
- Zeitaufwand, Kosten und mögliche Kompromisse einschätzen, bevor die eigentliche Produktion beginnt.
- verstehen, warum ein **klar abgegrenztes, präzises Thema** oft wertvoller ist als eine möglichst große Anzahl an Rezepten.

Warum Kochbücher als digitales Produkt besonders interessant sind

Kochbücher verbinden auf besondere Weise **Information, praktischen Nutzen und Lebensstil**. Leserinnen und Leser kaufen dabei nicht einfach nur Texte. Sie kaufen eine wiederholbare Lösung für eine alltägliche Aufgabe. Genau das macht ein klar positioniertes Kochbuch oft leichter verständlich als viele abstrakte digitale Produkte. Potenzielle Käufer können sich sofort vorstellen, wie sie einen Wochenplan für schnelle Abendessen, eine Sammlung von Slow-Cooker-Rezepten, einen Backratgeber für kleines Budget oder eine Auswahl unkomplizierter Mittagessen im Alltag nutzen würden.

Gleichzeitig sind Kochbücher ausgesprochen vielseitige Produkte. Rezepte lassen sich als eBook, hochwertig gestaltete PDF, Taschenbuch oder Hardcover veröffentlichen.

Ergänzende Materialien wie Einkaufslisten, Vorratskammer-Guides, Wochenpläne, Austauschmöglichkeiten für Zutaten, Umrechnungstabellen oder ausdruckbare Etiketten können den praktischen Mehrwert zusätzlich erhöhen.

Sobald ein überzeugendes visuelles und redaktionelles Grundkonzept entwickelt wurde, lassen sich zudem weitere thematisch passende Bücher für dieselbe Zielgruppe erstellen, ohne jedes Mal vollständig bei null beginnen zu müssen.

Diese Attraktivität sollte jedoch nicht mit leicht verdientem Geld verwechselt werden. Kochbücher erfordern in vielen Bereichen eine sorgfältigere Qualitätskontrolle als einfache digitale Downloads. Mengenangaben müssen realistisch sein. Zubereitungsschritte müssen zuverlässig funktionieren. Fotos sollten tatsächlich zum jeweiligen Gericht passen. Bei Angaben zu Ernährungsformen, Allergenen oder Unverträglichkeiten ist besondere Sorgfalt gefragt.

Auch Schwächen im Layout fallen bei einem Kochbuch schnell auf – etwa wenn ein Rezept ungünstig über zwei Seiten verteilt ist oder Zutatenliste und Zubereitung voneinander getrennt werden.

Die größere Chance liegt deshalb nicht darin, möglichst schnell etwas zu veröffentlichen. Sie liegt darin, **ein Produkt zu schaffen, das so zuverlässig, durchdacht und hochwertig wirkt, dass man ihm in der eigenen Küche gerne vertraut.**

GRUNDPRINZIP

Nutzen schafft Wert

Ein Kochbuch wird wirtschaftlich interessanter, wenn es seinen Käuferinnen und Käufern **Zeit spart, Unsicherheit reduziert, eine Methode vermittelt, Entscheidungen erleichtert oder eine bestimmte Art des Kochens spürbar einfacher macht.**

E-Book, PDF oder gedrucktes Buch: Die Unterschiede verstehen

Diese Formate gehören zwar zusammen, erfüllen jedoch unterschiedliche Anforderungen – sowohl beim Lesen als auch beim Verkauf. Entscheidend ist deshalb zunächst die Frage, **wie Ihre Käuferinnen und Käufer das Kochbuch tatsächlich nutzen sollen**.

Je nach Format unterscheiden sich unter anderem Lesekomfort, Gestaltungsmöglichkeiten, technische Anforderungen, Produktionskosten und Vertriebswege.

Drei Wege, wie dasselbe Kochbuch seine Käuferinnen und Käufer erreichen kann:

E-BOOK	PDF	PRINT
 	 	 
✓ Flexibel auf jedem Gerät lesbar ✓ Durchsuchbarer Text für schnelle Navigation ✓ Einfach zu aktualisieren und anzupassen ✓ Sofort verfügbar – weltweit	✓ Festes Seitenlayout bleibt erhalten ✓ Ideal für ausdrückbare Inhalte und Arbeitsblätter ✓ Einfach herunterzuladen und weiterzugeben ✓ Perfekt für Planung und Meal-Prep	✓ Ein physisches Buch, das man in der Hand hält und verschenken kann ✓ Wunderschön für dein Küchenregal ✓ Kein Bildschirm nötig ✓ Langlebig und sammelwürdig
 BESTENS GEEIGNET FÜR: Smartphones, Tablets, E-Reader und schnelles Lesen unterwegs	 BESTENS GEEIGNET FÜR: Druckbare Vorlagen, Planer, Arbeitsblätter und die Nutzung offline	 BESTENS GEEIGNET FÜR: Geschenke, Sammler und Leser, die gedruckte Bücher lieben

DARAUF SOLLTEN SIE ACHTEN	Hinweis
eBook	Komplexe Seitenlayouts können auf unterschiedlichen Geräten fehlerhaft dargestellt werden oder unübersichtlich wirken.
PDF	Auf kleinen Smartphone-Bildschirmen lassen sich vollständig gestaltete Seiten oft nur eingeschränkt komfortabel lesen.
Print	Farbdruck, Seitenumfang und Buchformat wirken sich unmittelbar auf die Produktionskosten aus.

Ein Kindle-eBook eignet sich besonders dann, wenn sich der Text flexibel an unterschiedliche Bildschirmgrößen anpassen soll. Leserinnen und Leser können die Schriftgröße verändern, während sich das Layout automatisch neu anordnet. Das ist vor allem bei fortlaufenden Texten und eher einfachen Rezeptstrukturen praktisch. Aufwendig gestaltete Seiten mit vielen Textfeldern, mehrspaltigen Bereichen oder exakt platzierten Grafiken lassen sich jedoch nicht immer sauber übertragen. Amazon KDP unterstützt derzeit unter anderem Formate wie DOCX, EPUB und KPF und empfiehlt, das Ergebnis vor der Veröffentlichung sorgfältig in der Vorschau zu prüfen.

Eine PDF-Datei bewahrt das Seitenlayout dagegen exakt so, wie es gestaltet wurde. Das macht sie besonders interessant für direkte Downloads, druckbare Anleitungen, Checklisten, Arbeitsblätter und visuell strukturierte Kochbücher. Der Nachteil: Eine Seite im Format 8,5 × 11 Zoll kann auf einem Smartphone recht klein wirken und erfordert häufiges Zoomen.

Ein gedrucktes Buch bietet das vertrauteste Kochbuch-Erlebnis. Gleichzeitig beeinflussen Faktoren wie Buchformat, Seitenzahl, Farb- oder Schwarzweißdruck und Produktionskosten unmittelbar den späteren Verkaufspreis und die mögliche Marge.

ENTSCHEIDUNGSHILFE

Wählen Sie nach Nutzung – nicht nach Prestige

Wenn Ihre Leserinnen und Leser Arbeitsblätter oder Checklisten ausdrucken sollen, ist eine PDF oft die beste Wahl. Wenn flexible Lesbarkeit auf verschiedenen Bildschirmgrößen im Vordergrund steht, bietet sich ein responsives eBook an. Soll das Kochbuch beim Kochen offen in der Küche liegen oder sich gut als Geschenk eignen, verdient eine Printausgabe besondere Aufmerksamkeit.

Viele erfolgreiche Projekte kombinieren zwei oder sogar drei Formate. Entscheidend ist jedoch, dass jede Datei gezielt für die jeweilige Nutzungssituation vorbereitet und optimiert wird.

Mögliche Einnahmequellen

Mit einem Kochbuch lässt sich auf mehr als nur eine Weise Geld verdienen. Dabei ist es jedoch wichtig, **echte Einnahmequellen von bloßer rechnerischer Vervielfachung zu unterscheiden**.

Dasselbe Buch in drei verschiedenen Formaten anzubieten, kann zwar die Reichweite erhöhen und unterschiedliche Käufergruppen ansprechen. Dennoch sollte jedes zusätzliche Format genügend Nachfrage und Nutzen bieten, um den damit verbundenen Mehraufwand bei Gestaltung, Aufbereitung, Veröffentlichung und Pflege zu rechtfertigen.



Der erste Weg sind Buchverkäufe. Auf Marktplätzen wie Amazon richtet sich die Vergütung nach den jeweils geltenden Tantiemenregeln der Plattform und dem verkauften Format. Bei Print-on-Demand-Büchern werden zunächst die Druckkosten abgezogen; erst danach ergibt sich der verbleibende Autorenanteil. **Im aktuellen Taschenbuchmodell (Paperback) von KDP** gilt für die reguläre Amazon-Distribution je nach Listenpreis und Marktplatz in der Regel eine Tantiemenrate von 50 oder 60 Prozent – jeweils vor Abzug der Druckkosten. Da sich solche Regelungen ändern können, sollten

Sie mit dem aktuellen Kalkulator der jeweiligen Plattform arbeiten, statt Ihren gesamten Geschäftsplan auf veraltete Beispielrechnungen zu stützen.

Der zweite Weg sind direkte digitale Verkäufe. Eine PDF kann über einen eigenen Shop oder über Marktplätze und Plattformen für digitale Produkte verkauft werden. Etsy erlaubt originale digitale Downloads, die vom Verkäufer selbst erstellt wurden. Plattformen wie Payhip, Gumroad oder Shopify können ebenfalls genutzt werden, um digitale Produkte im Direktvertrieb anzubieten. Direkte Verkäufe geben Ihnen häufig mehr Kontrolle über Bundles, Kundenerlebnis und Aktualisierungen. Gleichzeitig übernehmen Sie aber auch mehr Verantwortung für Reichweite, Traffic und Kundenservice.

Der dritte Weg ist die Erweiterung des Produktangebots. Aus einem Kochbuch können beispielsweise ein Wochenplan, druckbare Einkaufslisten, Rezeptkarten, Etiketten, ein zweites Buch, eine saisonale Ausgabe oder ein Bundle entstehen. Der sinnvollste und sicherste Weg besteht darin, zunächst zu prüfen, ob das Kernprodukt tatsächlich nützlich ist, bevor Sie darum herum einen größeren Produktkatalog aufbauen.

REALITÄTSCHECK

Umsatz ist nicht gleich Gewinn

Bevor Sie beurteilen, ob eine Idee tatsächlich profitabel ist, sollten Sie sämtliche Kosten berücksichtigen – darunter **Druckkosten, Marktplatzgebühren, Zahlungsgebühren, Rückerstattungen, Werbeausgaben, Softwarekosten, externe Dienstleister, Steuern sowie den Wert Ihrer eigenen Arbeitszeit.**

Erst wenn diese Faktoren abgezogen sind, zeigt sich, was von den Einnahmen wirklich als Gewinn übrig bleibt.

Was Sie wirklich brauchen, um zu starten

Sie brauchen weder eine Profiküche noch einen Verlag oder ein großes Softwarebudget, um loszulegen. Was Sie jedoch brauchen, sind einige klare Entscheidungen und ein überschaubares Set an Werkzeugen, mit denen sich das Projekt strukturiert und zuverlässig umsetzen lässt.

- Eine klar definierte Zielgruppe und ein konkretes Nutzenversprechen für Ihr Kochbuch.
- Ein einheitliches Rezeptformat sowie eine Methode, mit der jedes Rezept getestet oder sorgfältig geprüft wird.
- Einen verlässlichen Rechercheprozess für Themen, Wettbewerber, Suchverhalten und konkrete Probleme Ihrer Leserinnen und Leser.
- Ein System zum Schreiben und Organisieren von Rezepten, Notizen, Bildern, Nutzungsrechten und Überarbeitungen.
- Eine Layout-Methode, die zum späteren Ausgabeformat passt.
- Einen Veröffentlichungs- oder Vertriebskanal, der dort ansetzt, wo Ihre Zielgruppe ohnehin bereits sucht und kauft.
- Eine Qualitätscheckliste, bevor etwas veröffentlicht oder zum Verkauf freigegeben wird.

AUFGABE	KOSTENLOS / EINFACH	OPTIONALE ERWEITERUNG
Ideenrecherche	Amazon-Suche, Google Trends, Pinterest-Suche	Pinterest Trends, Publisher Rocket
Schreiben & Planung	Microsoft Word, Google Docs, Google Sheets	Notion, Scrivener, Airtable
KI-Unterstützung	ChatGPT, Gemini	Claude oder ein anderes geeignetes KI-Modell
Design	Word, Canva	Affinity Publisher, Adobe InDesign
Veröffentlichung	Amazon KDP, Bookmundo	IngramSpark für eine breitere Printdistribution
Digitale Verkäufe	Etsy oder ein einfacher eigener Shop	Payhip, Gumroad, Shopify

Die konkreten Namen der Tools sind weniger wichtig als ihre Funktion. Ein guter Workflow braucht vor allem einen Ort für Recherche, einen Ort zum Schreiben, ein System zur Verwaltung von Rezepten und Dateien, eine Möglichkeit zur Erstellung oder Bearbeitung visueller Inhalte sowie einen geeigneten Vertriebskanal.

Nutzen Sie kostenlose Werkzeuge so lange, bis ein kostenpflichtiges Tool Ihnen entweder deutlich Zeit spart oder die Qualität so spürbar verbessert, dass sich die zusätzlichen Kosten tatsächlich rechtfertigen.

Zeitaufwand, Kosten und realistische Erwartungen

Wie hoch die Kosten für die Erstellung eines Kochbuchs ausfallen, hängt davon ab, welche Ressourcen Ihnen bereits zur Verfügung stehen, welche Aufgaben Sie selbst übernehmen können und welche Bereiche Sie auslagern möchten. Ein einziges „richtiges“ Produktionsmodell gibt es nicht.

Sie können Recherche, Schreiben, Rezeptentwicklung und -tests, Food-Fotografie, Seitengestaltung und Veröffentlichung vollständig selbst übernehmen. Dadurch bleiben die externen Ausgaben meist geringer – allerdings investieren Sie dafür mehr eigene Zeit und benötigen ein breiteres Spektrum an Fähigkeiten.

Ebenso können Sie gezielt professionelle Unterstützung hinzuziehen. Ein **Ghostwriter für Kochbücher** kann Ihre Rezepte, Notizen, Erfahrungen und Ideen in ein klar strukturiertes Manuskript verwandeln. Rezeptentwicklerinnen und -entwickler sowie Testpersonen können Rezepte optimieren, während Lektorat, Korrekturen, Fotografie, Food-Styling, Illustration, Design und Formatierung von spezialisierten Fachkräften übernommen werden können.

Viele Autorinnen und Autoren entscheiden sich für einen **hybriden Ansatz**: Sie übernehmen selbst die Aufgaben, die ihren eigenen Stärken entsprechen, und investieren dort in Unterstützung, wo dadurch Zeit gespart oder die Qualität spürbar verbessert wird. Auch Print-on-Demand kann Kosten und Risiken reduzieren, da keine große Auflage vorfinanziert und gelagert werden muss.

Schritt**Aufgabe**

- | | |
|---|---|
| 1 | Listen Sie sämtliche Rezepte und ergänzenden Kapitel oder Inhalte auf. |
| 2 | Kennzeichnen Sie, was bereits vorhanden ist und welche Inhalte noch entwickelt, überarbeitet oder getestet werden müssen. |
| 3 | Erfassen Sie alle benötigten Materialien – darunter Fotos, Illustrationen, Arbeitsblätter, Cover-Dateien und Bonusinhalte. |
| 4 | Entscheiden Sie, welche Aufgaben Sie selbst übernehmen und welche Sie gegebenenfalls auslagern möchten. |
| 5 | Schätzen Sie sowohl die direkten Kosten als auch Ihren zeitlichen Aufwand realistisch ein. Planen Sie dabei ausreichend Zeit für Überarbeitungen, Korrekturen und unerwartete Änderungen ein. |

REALISTISCHE ERWARTUNGEN SETZEN**Ihr erstes Ziel ist ein Produkt, das einen Markttest verdient**

Ihr erstes Ziel sollte nicht sofort ein bestimmter Umsatz sein, sondern ein **fertiges, hochwertiges Produkt, das es wert ist, am Markt getestet zu werden**.

Konzentrieren Sie sich zunächst auf Meilensteine, die Sie selbst beeinflussen können: ein validiertes Thema, ein abgeschlossenes Manuskript, getestete Rezepte, professionell vorbereitete Dateien, veröffentlichte Produktseiten, erste Verkäufe und hilfreiches Kundenfeedback.

Lassen Sie anschließend die tatsächlichen Ergebnisse darüber entscheiden, welche Umsatz- und Einkommensziele realistisch sind und welche nächsten Schritte sinnvoll werden.

Warum ein starkes Thema wichtiger ist als eine möglichst große Anzahl an Rezepten

Mit einer hohen Rezeptanzahl lässt sich leicht werben. Deshalb wird sie oft vorschnell mit einem höheren Wert gleichgesetzt. Doch die meisten Käuferinnen und Käufer suchen nicht nach der größtmöglichen Sammlung. Sie brauchen vielmehr **genügend wirklich gute Rezepte, die genau das Problem lösen, wegen dessen sie das Buch überhaupt gekauft haben.**

Ein klar fokussiertes Kochbuch mit 40 eigenständigen, sorgfältig ausgewählten Rezepten kann deutlich hilfreicher sein als eine Sammlung mit 150 Rezepten, die sich nur geringfügig voneinander unterscheiden. Lautet das Versprechen beispielsweise „**15-Minuten-High-Protein-Mittagessen für vielbeschäftigte Berufstätige**“, sollte jedes einzelne Rezept seinen Platz im Buch verdienen: Es muss das Zeitlimit einhalten, zur Zielgruppe passen und zugleich für ausreichend Abwechslung sorgen.

Zwanzig nahezu identische Varianten einer Chicken Bowl werden nicht automatisch wertvoller, nur weil dadurch eine größere Zahl auf dem Cover stehen kann.

Ein starkes Thema erleichtert außerdem viele spätere Entscheidungen. Es hilft dabei, passende Suchbegriffe zu finden, den visuellen Stil festzulegen, eine sinnvolle Kapitelstruktur zu entwickeln, geeignete Bonusinhalte auszuwählen und eine klare Marketingbotschaft zu formulieren.

Ebenso wichtig: Ein präzises Thema hilft Ihnen dabei, bewusst **Nein** zu sagen. Manche Rezepte können für sich genommen hervorragend sein und trotzdem nicht in dieses eine Buch passen. Genau diese konsequente Auswahl macht ein Kochbuch am Ende oft klarer, nützlicher und überzeugender.

2

Eine Kochbuch-Idee finden, die sich verkauft

TEIL 2: Eine Kochbuch-Idee finden, die Marktpotenzial hat

Eine vielversprechende Kochbuch-Idee entsteht dort, wo **echte Nachfrage, ein klarer Nutzen, Ihre Fähigkeit zur Umsetzung und eine sinnvolle Abgrenzung vom Wettbewerb** zusammenkommen.

In diesem Teil lernen Sie, wie aus einem zunächst breiten Interessengebiet Schritt für Schritt eine konkrete Buchidee wird, die sich nicht nur gut anhört, sondern sich auch mit nachvollziehbaren Anzeichen und Daten begründen lässt.

AM ENDE DIESES TEILS KÖNNEN SIE:

- die fünf besonders hilfreichen Kochbuchmodelle unterscheiden.
- aus einem allgemeinen Thema ein klares Nutzenversprechen für eine bestimmte Zielgruppe entwickeln.
- Trend-Tools sinnvoll einsetzen, ohne jedem kurzfristigen Aufmerksamkeitsschub hinterherzulaufen.
- saisonale Chancen von dauerhaftem, sogenanntem Evergreen-Interesse unterscheiden.
- eine Buchidee bewerten, bevor Sie Wochen in Rezeptentwicklung, Tests und Design investieren.

Was ein Kochbuch verkäuflich macht

Es gibt keine einzelne Formel, die Verkäufe garantiert. Erfolgreiche Kochbuch-Ideen weisen jedoch häufig einige gemeinsame Merkmale auf: Die Zielgruppe erkennt sich schnell wieder. Der Nutzen lässt sich in wenigen Worten erklären. Die Rezepte passen konsequent zum Versprechen des Buches. Titel und Cover vermitteln dieses Versprechen auf den ersten Blick. Und das Konzept unterscheidet sich deutlich genug von bestehenden Angeboten, sodass das Buch nicht wie eine beliebige Variante unter vielen wirkt.